

© 2010 г. Л.Р. Ермакова

ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ БЕЗЭКВИВАЛЕНТНЫХ ПРАГМАТОНИМОВ

Выявляются корреляции между прагматонимами и менталитетом русских и французов. Описываются языковые средства, обозначающие прагматические предпочтения в рассматриваемых лингвокультурах и исследуются ассоциативные связи между номинативными единицами и характерологическими явлениями в русском и французском языковом сознании. На основе анализа и интерпретации прагматонимов с ярким культурным компонентом выявляются сущностные характеристики этнокультурного мировосприятия.

Ключевые слова: этнос, культура, прагматоним, языковое сознание.

В последние десятилетия неотъемлемым элементом каждодневного существования человека становится межкультурное общение, проявляющееся в специфике межъязыковой коммуникации. В свете современных глобалистических тенденций возрастает не только роль иностранных языков, но и конструктивного восприятия национальных культур. В процессе межъязыковых контактов человек сталкивается с восприятием иных культур, необходимостью пополнения знаний о культуре наций из множества источников – наук о человечестве и обществе, например истории, психологии, искусствоведения, философии и др. Наши знания о культуре черпаются и из обыденной жизни, состоящей из разнообразных потребностей человека: физиологических, социальных, потребностей в самоактуализации личности и др. При этом у представителей каждой нации имеются свои собственные комплексы прагматических предпочтений, которые находят свое воплощение в соответствующем языковом и текстовом материале. Речь идет о понятии «языковая личность», которая включает в себя языковую ипостась существования индивида. Данный модус существования может быть обнаружен на основе лингвистического описания. Рассматривая язык как регулирующий механизм коммуникативного поведения, А.П. Седых и Ж. Багана определяют лингвистические основы этнокультурного анализа, имеющего целью моделирование

языковой личности и национальных типов коммуникации. По их мнению, лингвистические основания выделения идиоэтнических признаков языковой личности должны строиться с учетом принципов:

1. Языковая личность манифестируется в языке и является параметром постоянной интенсивности в коммуникативном поведении;

2. Этнокультурный и символический характер языковой личности обуславливает возникновение этнолекта, объединяющего всех носителей национального языка по принципу единства базовых когнитивных и коммуникативных параметров;

3. Исследованию этнокультурного аспекта соответствующих когнитивно-коммуникативных сущностей предшествует их анализ как единиц языка;

4. Для изучения этнокультурных характеристик языка и коммуникации применяются лингвистические методы. Поскольку лингвистика включает разнообразные отрасли (когнитивную лингвистику, этнолингвистику, психолингвистику, лингвокультурологию и т.д.), используются методы этих направлений.

Предполагается, что языковая личность рассматривается в контексте соотносительности со знаковой системой. «Личность говорящая» в аспекте ее функционирования в коммуникативном акте представляет собой динамическую проекцию структуры лингвистического знака [1, с. 31-38]. Актуальность избранной тематики определяется следующими факторами, во-первых, лингвокультурное моделирование характерологических черт нации является одним из основополагающих направлений современной филологии, во-вторых, специфика выявления доминантных черт национального характера, отражающихся в семантике языка и языковых фактов, остается до настоящего момента малоизученной. Целью статьи является выявление корреляций между спецификой номинации лакунарных прагматонимов и чертами национального характера русских и французов. Основная задача – описание языковых средств, обозначающих прагматические предпочтения в русской и французской лингвокультурах и исследование ассоциативных связей между номинативными единицами и характерологическими явлениями в рассматриваемых языках.

Сущностные характеристики национально-культурного мировосприятия могут быть прослежены на примере анализа и интерпретации прагматонимов с ярким культурным компонентом. Сюда мы включаем слова и словосочета-

ния, семантика которых непосредственно отражает национальное своеобразие культуры России и Франции. В данный корпус речений входит так называемая безэквивалентная лексика (имена собственные и названия известные носителям другого языка, но имеющие сугубо национальные коннотации): национально окрашенные топонимы, лексические единицы, обозначающие предметы и явления, специфичные для каждой культуры, в частности, арготические лексемы с depreciативной коннотацией и др. В большинстве случаев представленный языковой материал можно отнести к «маргинальной лексике», отражающей трансформированное, часто ироничное, наименование этнокультурных реалий, характерных для каждой нации. Следует отметить, что не все они освоены основной массой носителей национального языка, тем не менее, они могут быть рассмотрены в качестве своеобразных языковых репрезентант национального сознания русских и французов.

Русский корпус высказываний:

Александр Третий – коктейль, получаемый из смеси одеколонов «Саша» и «Тройной». Этот напиток имеет абсолютно русскую природу, употреблялся в больших количествах в период горбачевской борьбы с алкоголизмом, так как водка продавалась с 14.00, продажа строго регламентировалась и всем страждущим не хватало горячительных напитков, последние – компенсировались дешевыми одеколонами и лосьонами.

Безалкогольная бормотуха – кличка первого президента СССР Михаила Сергеевича Горбачева в народе, которого также называли «минеральный секретарь». Наименование связано с периодом борьбы с алкоголизмом, приведшей к увеличению потребления самогона, политуры, одеколонов и пр. В поэме В. Ерофеева «Москва-Петушки» дается следующий невероятный, ироничный коктейль тех времен: «Пиво жигулевское – 100 г., шампунь «Садко-богатый гость» – 30 г., аэрозоль для чистки волос от перхоти – 70 г., клей БФ – 15 г., тормозная жидкость – 30 г., Дезинсекталь для уничтожения мелких насекомых – 30 г. Все это настаивается на табаке сигарных сортов и подается к столу...».

Вермутский треугольник – традиционный русский способ «выпивания на троих». Обыгрывание легендарного наименования «Бермудский треугольник».

Лумумбарий – Университет Дружбы народов имени Патриса Лумумбы. Каламбурная деформация слова «колумбарий» (хранилище урн с прахом при крематории), намек на учащихся университета, в основном, представителей

африканского континента, по народному убеждению основных носителей СПИДа. Нередко университет называли «спидоносник».

МИМО – ироничное название Московского государственного института международных отношений – МГИМО, о трудностях поступления в данное престижное учебное заведение.

Гамбургер – европеец (Крис де *Гамбургер* вместо Криса де Бурга).

Голубятня – наименование гей-клубов в Москве.

Гуталин – негр (копченый, негативчик, негрила, шоколадка). Последнее время, в связи с модной песней, ласковое – «шоколадный заяц».

Достоевский, часто *Федор Михайлович* – назойливый человек. Ваша фамилия случайно не Достоевский? Достоевщина – разговор по душам «до потери пульса».

Королевство кривых зеркал – СССР. Социум, существовавший по правилу: ни тебе крепостного права, ни права выезда (*Совок*). *Совки* – жители Советского Союза, шире, носители «совкового» менталитета – разгильдяйства, резонерства, товарищества, братства, иждивенчества и пр (*Хомо-советикус*).

Полковник – трехзвездочный коньяк.

Посол Советского Союза – надпись на бочке с селедкой.

Манная каша – синтетическая толстая подошва у сапог белого цвета [2].

Французские безэквивалентные выражения:

Ne plus être coté à l'Argus (*не котироваться по Аргусу*) – быть очень старым о человеке. Французский журнал *Аргус* публикует список и сведения о подержанных автомобилях возраста менее восьми лет. Цены на машины в этом журнале являются ориентиром для желающих купить подержанный автомобиль.

Le petit moujik de nuit (*ночной мужичок*) – карикатурное название «Маленькой ночной серенады Моцарта» (*Une petite musique de nuit*) в среде музыкантов.

Fume, c'est du belge! – (*кури, это из Бельгии*) – накося выкуси! Непристойная реплика, часто сопровождаемая жестом приглашения к фелляции. В послевоенной Франции долгое время контрабандный табак из Бельгии считался более дешевым и более качественным, чем французский табак.

Les brumes du Nord – (*северные туманы*) для жителя Прованса символ северных районов Франции с неприветливым климатом. Как только прованса-

лец покидает родную жаркую провинцию, с этого момента для него наступают неуютные, сырые “северные туманы”.

Café colonial – (колониальный кофе) – любой алкогольный напиток, употребляемый натошак. Намек на вредные привычки военных во французских колониях.

Carte de France – (карта Франции) – следы ночной поллюции на простыне.

Fromage et dessert – (сыр и десерт) – шуточный символ роскоши и комфорта. Из словаря французских рестораторов в противовес выражению *Fromage ou dessert* (сыр или десерт), обозначающему более скудное меню.

Se porter comme le Pont-Neuf (чувствовать себя как Новый Мост) – чувствовать себя великолепно, превосходно. Строительство Нового Моста через Сену длилось почти 30 лет (1578 – 1607). Жители Парижа имели возможность убедиться в качестве строительства: старые мосты много раз сносились частыми для столицы Франции наводнениями, Новый Мост до сих пор «живет и здравствует» (в русском языке функциональным эквивалентом может служить выражение «крепкий как дуб»).

Et lycée de Versailles (и Версальский лицей) – наоборот. Каламбур, основанный на фонетическом сходстве (*Et vice versa*).

Être la madeleine de quelqu'un (быть чьей-либо мадленой) – быть объектом, вызывающим череду воспоминаний у кого-либо. Намек на прустовскую мадлену, бисквит, играющий центральную роль в романе Марселя Пруста «В поисках утраченного времени» в качестве своеобразного «включателя» воспоминаний детства.

De Monoprix (из магазина Монопри) – в уничижительном смысле по отношению к чему-либо, кому-либо, – дешевый. Вариант – *de Prisunic* (из магазина Призюник). По отношению к магазинам единых, стандартных цен, открывшихся во Франции в тридцатых годах. Изначально, коммерческая стратегия состояла в том, чтобы продавать товары не дороже, чем за 10 франков.

Avoir décroché le pompon (сорвать помпон) – дойти до предела; всех переплюнуть. По отношению к помпонам на головных уборах военных элитных войск.

Quatorze juillet (четырнадцатое июля) – обозначает мужской оргазм по образу праздничного фейерверка 14 июля, национального праздника Французской республики.

La queue du renard (лисий хвост) – рвота; изрыгание. Выражение основано на чисто французском восприятии качеств животного, в частности, его живучести (ср. в русском коллективном сознании лиса ассоциируется скорее с хитростью).

Épaules en (bouteille de) Saint-Galmier (плечи в виде бутылки Сен-Гальмье) – отвислые плечи. По форме бутылки минеральной воды из французского источника Сен-Гальмье (в настоящее время вода продается под коммерческим названием Бадуа).

Faire avancer le schmilblic (k) (продвигать шмильблик) – продвигать, способствовать продвижению расследования, изысканий; помогать делу. Наименование из популярной телеигры. Участвующий, неудачно ответивший на вопрос, довольствуется тем, что продвигается его «шмильблик» (специально для телевизионной игры придуманное слово).

Lunettes de la Sécu (очки Секю) – низкосортные очки. Намек на дешевые очки, цена которых полностью компенсируется французской службой социального обеспечения (*Sécurité sociale*) [3].

Это, конечно, далеко не полный список «национальных маркеров», слов и выражений, имеющих дополнительную этнокультурно окрашенную семантику и употребляемых только в русской или франкоязычной среде. Все они не имеют буквальных соответствий в иностранных языках и для их передачи необходимо использовать дефиниционный или описательный перевод. В данном типе речений культурный компонент является преобладающим. Наряду с различиями сленговое творчество отражает и общие черты языкового поведения представителей двух наций, в частности, «любовь играть словами». В применении к русскому характеру подобное языковое «жонглирование» (до ерничества) можно рассматривать как своеобразную отдушину от бытового неустройства, набивших оскомину социальных проблем, иначе говоря, от жизненных несовершенств. В общекультурном смысле, русская аргументационная модель исторически ориентируется на православный подход, проповедующий терпение и смирение, но ерничество и богохульство обладает, тем не менее, особой притягательной силой для русского народа. Это отнюдь не означает, что русский человек по природе своей аморален, но в насмешке над социальными и религиозными институтами таится стремление к

«воле», сокровенное желание освободится от любого давления извне, жить по своим законам, «никому не под шапку».

Русский национальный способ мышления скорее парадоксален, чем логичен. Очень часто он основывается на принципе: «круглое кантуем, квадратное катаем», то есть, принцип поиска и даже создания трудностей для их последующего преодоления. Такой способ рассуждения скорее близок Сократу с его максимализмом в поисках истины и доказыванием глупости своих оппонентов. При этом агностичность составляет одну из важных черт современного российского сознания. На бытийном уровне ценность получения знания уступает прагматической потребности материального результата и успеха. Для француза, речь скорее может идти о традиционно ироничном отношении к действительности, так как, по нашему мнению, одной из доминантных черт национального менталитета является «скептицизм», который также имеет свои «французские» корни. Французы свободолюбивый и вместе с тем достаточно законопослушный народ, их аргументационная модель более жестко организована и подчиняется логическим схемам, завещанным Монтенем, Декартом и Паскалем. Основные принципы аргументации относятся к так называемой «практической философии», иными словами, философии, которая не довольствуется лишь спекулятивными размышлениями, абстракциями и построением системы, но, напротив, стремится научить жить, размышлять над жизнью и действовать [4, с. 25]. Национальный французский способ мышления можно тезисно представить в следующих формулировках: а) «*se moquer de la philosophie c'est vraiment philosopher*» (смеяться над философией есть лучший способ философствовать); б) «*bien juger pour bien faire*» (правильно судить, чтобы правильно поступать). Именно на этих принципах, по нашему мнению, основывается французская философская традиция: почти все французские философы принадлежат к так называемым «моралистам», и в этом смысле они являются продолжателями Эпикура, Пиррона и Зенона из Китиона. Иными словами, их не интересуют Платон и Аристотель, их занимают более поздние традиции эпикуреизма, скептицизма и стоицизма. Эти направления эллинской философии являются скорее школами «радости жизни» и мудрости, нежели строгими философскими системами [4, с. 33].

В бытийном мышлении французов присутствует тот же основной принцип – правильность человеческих поступков обусловлена наличием способности к правильности, непротиворечивости рассуждений, а выражение «*joie de vivre*» (радость жизни) репрезентирует ключевой концепт французской культуры (*plaisir – beauté – vérité*), языковой проекцией которого выступают разнообразные формы словотворчества [5]. Как видим, приведенные высказывания и комментарии к ним позволяют выделить не только типичные для каждой нации реалии и прагматонимы (способы их номинации), но и определенные черты национального менталитета и философии, привычек, характера, социально-экономических и исторических реалий.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Седых А.П., Багана Ж.* Лингвистические основы идиотнической интерпретации языковой личности // Вопросы филологии. М., 2009. № 3 (30).
2. *Щуплов А.* Жаргон-энциклопедия современной тусовки. М., 1998.
3. *Bernet Ch., Rézeau P.* Dictionnaire du français parlé. Le monde des expressions familières. P., 1991.
4. *André Comte-Sponville,* Dictionnaire philosophique. P., 2001.
5. *Седых А.П.* Языковая личность и этнос (национально-культурные особенности коммуникативного поведения русских и французов). М., 2004.

***Белгородский
государственный университет***

26 сентября 2010 г.